

자아존중감, 외모 비교, 미디어 관심이 외모의 사회문화적 태도, 신체 태도 및 삶의 만족에 미치는 영향

이 지 영* · 박 혜 정*

Assistant Prof., Fashion & Textiles, State University of New York at Oneonta⁺
한국산업기술대학교 지식융합학부 부교수*

Effects of Self-Esteem, Physical Appearance Comparison, and Media Concern on Sociocultural Attitude toward Appearance, Body Attitudes, and Life Satisfaction

Ji Young Lee⁺ · Hye-Jung Park^{*}

Assistant Prof., Fashion & Textiles, State University of New York at Oneonta⁺
Associate Prof., Dept. of Consilience, Korea Polytechnic University^{*}
(2013. 3. 7. 접수; 2013. 5. 16. 수정; 2013. 5. 24. 채택)

Abstract

The purpose of this study was to identify the relationships among self-esteem, physical appearance comparison, media concern, sociocultural attitude toward appearance, body attitudes, and life satisfaction. Data were collected from a convenience sample of 232 female undergraduate students. Data were analyzed using factor analysis, correlation, and multiple regression. The result showed that there was a correlation between physical appearance comparison and media concern. Self-esteem, physical appearance comparison, and media concern had an indirect influence on body attitudes through sociocultural attitude toward appearance. Self-esteem and physical appearance comparison had a direct effect on body attitude. All variables did not have an influence on life satisfaction, except self-esteem.

Key Words: Sociocultural attitudes toward appearance(외모의 사회 문화적 태도),
Body attitudes(신체 태도), Life satisfaction(삶의 만족)

I. 서론

현대 사회에서 외모는 단순히 개인적 차원에 국한되지 않고 사회적 승인과 성공에도 영향을 미치는 사회적 요소로 작용하고 있다. 그리고 사회문화적으로 이상화된 미적 기준을 전달하는 매스미디어의 발달로 인해 이러한 현상이 더욱 심화되고 있다. Samli(1995)는 소비자 행동을 조정하는 요소로써 문화의 중요성을 언급하였고, Solomon(2002)은 문화의 가치와 상징은 매스미디어의 광고나 패션기업의 마케팅 수단에 의

해 소비의식과 행동으로 창출된다고 하였다. 또한 Hamilton(1997)은 거시적 차원의 패션시스템과 미시적 차원의 소비자를 정의하면서 패션기업이 광고나 패션제품과 같은 문화적 수단을 이용하여 사회문화적 가치를 소비 가치로 승화시켜 소비자에게 전달한다고 하였다. 즉, 현대 소비자의 기호와 특정제품에 대한 선호는 매스미디어가 제시하는 이미지와, 마케터에 의해 창조되는 환상적인 이미지에 도달하고자 하는 소비자의 욕구에 의한 것이라고 할 수 있다(박혜정, 김혜정, 2004; Solomon, 2002).

TV, 잡지와 같은 매스미디어는 여성의 이상적인 외모 기준으로 마른 몸매를 제시하는데, 좋은 신체적 외모와 행복, 성공의 이미지가 융합되어 마른 신체에 대한 이상이 강화되며 (Featherstone, 1991), 여성은 이러한 문화적 가치를 자신의 가치로 내면화하게 된다(Thompson & Heinberg, 1999). 한편, 외모와 같이 객관적인 평가 기준이 없는 경우 사람들은 자신과 타인을 비교하여 자신을 평가하고자 하기 때문에 (Festinger, 1954) 여성들은 매스미디어로부터 이상적인 몸매의 모델과 자신을 비교한다(홍금희, 2006). 그리고 사회적 미의 기준과 지각된 자신의 신체의 차이가 클수록 자신의 신체에 대한 불만족, 마른 몸매에 대한 갈망, 낮은 자아존중감, 우울, 과도한 외모관리행동 및 섭식장애 등을 경험하며(Levin & Smolak, 2013; Yamamiya et al., 2005) 이는 궁극적으로 전반적인 삶의 만족에까지 영향을 미치게 된다. 즉, 매스미디어가 전달하는 외모에 대한 메시지는 개인의 가치관과 신체 태도 (Heinberg et al., 1995) 및 주관적 삶의 질에까지 영향을 미칠 수 있다.

본 연구는 자아존중감, 신체적 외모 비교, 미디어 관심, 외모의 사회문화적 태도, 신체 태도들의 관계 및 이들이 삶의 만족에 미치는 영향을 규명하는 데 목적이 있다. 자아존중감과 신체적 외모 비교 정도, 미디어 관심도를 선행 변수로 두어 이들 변인들이 사회적 미의 이상에 대한 인식과 내면화에 미치는 영향 관계를 규명하고 신체 태도의 형성 및 삶의 만족도에 미치는 영향을 알아봄으로써, 외모의 사회문화적 기준에 대한 태도와 신체 태도를 둘러싼 관련 변인들의 관계를 살펴보고자 한다. 본 연구는 소비자의 외모와 신체 태도 형성에 대한 동기를 높이고 신체이미지 개선을 위한 외모관리행동을 증진시키고자 하는 외모 산업과 미디어 산업의 전략 수립에 유용한 정보는 물론 이러한 마케팅 활동이 우리사회의 행복지수인 삶의 질에 미치는 영향을 이해함으로써 거시적 차원에서 사회정책 등에 도움이 되고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 외모에 대한 사회문화적 태도

TV, 잡지와 같은 매스미디어에 의해 표현되는 이상적인 신체의 모습은 여성의 마른 몸매를 이상화하고 있는데(Thompson et al., 1999), 이는 광고와 패션기업이라는 거시적 문화시스템이 소비가치를 창출하기 위해 매스미디어라는 문화적 시스템의 도구로써 전달하는 가치이다 (Solomon, 2002). 그런데 소비자는 그것이 인공적으로 조장되고 편집된 이미지가 아닌 현실과 가까운 실제의 모습으로 생각하여 이상적인 미의 기준으로 설정한다. 따라서 매스미디어를 통해 전달되는 사회문화적 압력은 여성들에게 이상화된 날씬한 신체와 자신의 신체를 비교하도록 하여, 신체 불만족을 증진시키고 마른 몸매에 대한 노력을 유도하기도 한다(이상선, 오경자, 2003). 즉, 개인의 신체에 대한 태도는 사회문화적인 이상에 의해 영향을 받는다.

한편 이러한 이상적인 사회적 외모 기준에 대한 개인의 태도는 외모의 사회문화적 태도로 정의될 수 있다(Heinberg et al., 1995). 이와 관련한 연구로 Cusumano & thompson(1997)은 미디어 메시지를 접하는 정도, 사회문화적 가치를 인식하는 정도, 내면화하는 정도와 신체 왜곡 간의 관계를 비교한 결과 사회문화적 가치의 내면화가 클수록 신체 왜곡이 가장 많이 일어남을 규명하였으며, 외모의 사회문화적 태도가 신체비만도, 신체이미지 및 자아존중감에 미치는 영향에 관한 연구(홍금희, 2006)에서는 이상적 미에 대한 내면화 요인이 외모관심, 체중관심과 자아존중감에 영향을 미친다는 결과를 나타내었다. 이미숙 (2013)의 연구에서는 남녀청소년의 외모에 대한 사회문화적 태도에 따른 신체존중감과 의복행동을 연구하였는데, 사회문화적 기준을 수용하고 내면화하는 청소년이 자신의 신체를 부정적으로 평가하는 경향이 있음을 밝혔다. 외모의 사회문화적 태도와 외모관리행동 수행에 대한 김선희(2003)의 연구에서는 사회문화적 외모에 대한 인지와 내면화가 높은 집단이 적극적인 외모관리행동을 보이는 것으로 나타났다. 또한 국외 연구로는 Lee & Johnson (2009)이

여대생의 위험한 외모관리행동(risky appearance management)의 선행변수로서 외모의 중요성에 대한 신념(beliefs about appearance), 이상적 외모기준의 내면화(internalization of appearance ideals), 외모와 관련한 행동에 대한 가족의 피드백(family's feedback on appearance-related behaviors) 및 외모에 관한 친구와의 대화(appearance conversation with friend)의 영향을 연구하였는데, 그 결과 이상적인 외모기준의 내면화가 자신의 신체를 사물로 인식하여 언제든지 변형시킬 수 있다는 신체의 객관화(self-objectification)와 과도한 외모관리행동의 주요 선행변수임을 발견하였다. 본 연구는 사회문화적 태도를 결정하는 선행변수를 밝히기 위하여 문헌연구를 통하여 선행변수로서 자아존중감, 신체적 외모 비교, 미디어 관심 변수를 선정하였다.

2. 자아존중감, 신체적 외모 비교 및 미디어 관심

자아존중감이란 자신에 대한 긍정적이거나 부정적인 태도로서(Rosenberg, 1965) 자기 가치와 자기 수용의 개념을 포함하는 자신에 대한 총체적 느낌을 말한다(홍금희, 2006). 신체적 외모 비교란 자신의 외모를 타인의 외모에 견주어 비교하는 것을 의미하는데, Snyder(1979)는 이와 비슷한 개념으로 사회적 비교정보 주목도(the attention to social comparison information)를 언급하면서 개인의 특성에 따라 사회적 비교성향이 다르게 나타날 수 있다고 하였다.

자아존중감과 사회적 비교의 관계에 대하여 Lennon et al.(1999)은 자아존중감이 높은 사람은 낮은 사람에 비하여 사회적 비교를 적게 하며, 신체이미지가 높고 신체불만족이 적게 나타난다는 것을 규명하였으며, Crocker & Major(1989)은 상향화된 대상과의 비교보다는 비슷한 타인과의 비교가 자아존중감을 유지시킬 수 있으며, 감소시킬 위험은 적다고 하였다. 또한 Tiggemann(2012)은 패션모델과 같이 사회문화적으로 이상화된 기준과의 비교는 여성들의 자존감 감소 및 신체불만족과 같은 부정적인 자기평가를 야기한다고 하였다. 한편, 자아존중감과 외모의 사회문화적 태도에 관한 연구에 있어서,

Martin & Kennedy(1993)는 자아인식과 자존심이 낮은 여성일수록 자신과 이상화된 광고모델의 매력을 비교하려는 성향이 더 높다고 하였고, Lennon & Rudd(1994)는 사회문화적 미의 이상에 접근하기 위한 개인의 외모관리 노력은 자존심에 의해 동기화된다고 하였다. 최근의 연구로, Mischner et al.(2013)은 여대생에게 외모의 사회문화적 기준에 부합하는 광고자극물(appearance norm-confirming information)과 그렇지 않은 자극물(norm-challenging information)을 제공하고 그들의 광고주목도를 측정하였고 자아존중감을 조절변수로 사용하였다. 그 결과 자아존중감이 낮은 여대생은 자아존중감이 높은 여대생에 비해 외모와 관련된 광고에 더 집중하는 경향을 보였으며, 외모의 사회문화적 기준과 관련되지 않은 자극물에 대해서는 집중도가 낮은 경향을 보였다.

개인이 자신의 외모를 타인과 비교하는 정도 역시 외모의 사회문화적 기준을 인지하고 내면화하는 정도와 밀접히 관련된다. Van den Berg et al.(2007)는 개인이 다른 사람의 신체에 대하여 자신의 신체를 비교하는 과정을 일컬어 신체 비교(body comparison)를 정의하면서 여성들은 주로 미디어에 나타난 이상화된 외모와 자신을 비교하는 경향이 있다고 하였다. 한편 사회문화적 외모기준의 내면화가 여성의 체중관심 및 섭식문제를 야기하는 데 있어 타인과의 외모비교 정도가 매개변수로 작용할 수 있다(Vander Wal & Thelen, 2000).

미디어 관심이란, 미디어에 대한 중요성의 인식 및 관심을 의미하며(홍병숙 외, 2007), 미디어 관심이 높은 개인은 사회문화적으로 이상적인 신체 이미지에 대해 인지하고 내면화하는 정도가 높아진다. 미디어를 통해 전달되는 여성의 이상적인 이미지는 과거에 비해 더욱 마른 몸매가 강조되어 나타나는데(Hausenblas et al., 2002), Thompson & Stice(2001)는 여성들이 대중매체가 제공하는 이미지에 노출되었을 때 미디어 이미지와 자신을 비교하게 되며 그 결과 신체 불만족을 경험한다고 하였다. 또한 선행연구들은 미디어 노출을 비른 신체 이미지를 설명할 수 있는 두 가지 요소로써 마른 이상의 내면화 정도(Cattarin et al., 2000; Halliwell & Dittmar, 2004)

와 사회적 비교(Tiggemann & McGill, 2004) 등을 언급하였다.

한편 외모 및 미디어와 관련한 국외의 연구들이 미디어 노출, 관여에 따른 사회문화적 외모 기준의 내면화와 신체 비교, 이에 따른 신체 불만족과 섭식 장애 등의 주제를 많이 다루고 있는데 반하여 국내의 선행 연구들은 주로 미디어 관심의 결과로 외모관리 행동의 증진에 초점을 맞추고 있기 때문에, 본 연구에서는 미디어 관심이 외모의 사회문화적 태도(인지, 내면화)의 중요한 선행변수로 작용할 수 있다고 보고 이와 관련된 변수들(자아존중감, 외모비교)과의 인과 관계를 규명하고자 한다.

3. 신체태도와 외모의 사회문화적 태도

신체태도는 자신의 체형, 외모, 체중을 의식하는 태도로, 개인이 자신의 신체에 대하여 갖는 감정은 자신에 대한 감정과 비슷하다고 할 수 있다(Secord & Jourard, 1953; 홍금희, 2006). 개인의 신체를 인식하는 방법이나 신체에 대한 만족은 시대의 사회문화적 미의 기준으로부터 영향을 받는다(김선희, 2003). 개인의 신체이미지 형성은 이상화된 미디어 이미지에의 노출, 미에 대한 사회문화적 메시지의 내면화 등과 관련되는데(Shisslak & Crago, 2001), 홍금희(2006)는 외모의 사회문화적 태도가 신체이미지의 외모관심, 체중관심 요인에 영향을 미친다는 것을 밝혔고, 손은정(2007)은 사회문화적 가치의 내면화가 신체 왜곡과 성형의도에 영향을 미친다는 것을 발견하였다. 또한 Cattarin et al.(2011)과 Thompson et al.(1999)은 타인 또는 이상화된 사회문화적 기준과의 잦은 비교가 신체 불만족을 초래할 수 있다고 하였고, Fisher et al.(2002)은 부정적인 신체이미지 및 외모의 사회문화적 태도의 내면화는 사회적 비교로부터 비롯된다고 하였다.

외모의 사회적 비교와 신체 태도에 대한 국내 선행 연구로는, 광고모델의 이상적 이미지가 자기평가에 미치는 영향을 연구한 조재현(2007)의 연구 등이 있으며, Lee & Johnson(2012)은 인터넷 패션 쇼핑몰에서 마른모델과의 신체 비교가

소비자의 부정적 감정에 영향을 미치며, 이 때 신체만족도가 조절 변수로 작용할 수 있음을 규명하였다. 비슷한 맥락에서 Kim & Damhorst(2010)의 연구에서는 이상적인 모델과의 비교의 결과 경험하는 외모의 차이감은 여대생의 신체불만족을 초래한다는 것을 발견하였다. 한편 Johnson et al.(2013)은 미국과 한국여대생의 비교연구를 통해 자신의 신체를 언제든 변형시킬 수 있는 객관화된 사물로 인식하는 정도(Objectified body consciousness)와 외모에 중요한 가치를 두는 정도(Body image investment)가 타인과의 외모를 비교하는 정도에 영향을 미치며, 이는 궁극적으로 개인의 신체불만족과 위험한 외모관리행동(risky appearance management behavior)을 야기할 수 있음을 규명하였다. 한편, 최근 social media의 이용 확산과 관련하여 Smith et al.(2013)의 연구에서는 Facebook과 같은 social media를 통해 타인과의 비교를 많이 하는 여대생일수록 신체불만족과 섭식장애(e.g., bulimic symptoms)를 경험한다는 것을 발견하였다.

신체 태도에 대한 매스미디어의 영향에 있어서 Cattarin et al.(2000)는 미디어의 이상화된 외모와 자신을 자주 비교하는 여성일수록 신체에 대한 만족감이 감소한다고 하였다. Hargreaves & Tiggemann(2003)은 여자청소년들에게 외모와 관련된 방송광고와 외모와 관련되지 않은 광고를 보여주었는데, 외모와 관련된 광고에 노출된 집단이 더 낮은 외모만족도를 보이는 것으로 나타났다. 또한 Field et al.(1999)는 미국 여자청소년을 대상으로 잡지의 영향을 알아본 결과, 잡지의 기사와 사진이 이상적인 외모기준에 대한 생각과 체중 감량 행동에 영향을 미쳤으며 이는 잡지를 접한 횟수가 많을수록 높게 나타났다. 남자 청소년 및 대학생의 신체태도에 대한 미디어의 영향을 다룬 연구들도 활발히 이루어지고 있는데, Mulgrew et al.(2013)은 단순히 평범한 가수의 모습을 보여주는 뮤직비디오를 본 남자 청소년 집단에 비해 남성의 이상적인 몸매를 보여주는 뮤직비디오를 본 집단에서 외모 및 신체 불만족, 우울 등이 나타났다고 하였다.

한편, 자아존중감이 높은 사람은 자신을 가치 있는 존재로 생각하여 신체에 대한 관심이 높은 반면, 자아존중감이 낮은 사람은 자기거나 자

기불만의 부정적 감정을 표출하게 된다(홍금희, 2006). 자아존중감, 미디어 노출 및 신체태도와 관련된 연구로 Kim & Lennon (2007)은 패션 또는 뷰티잡지에의 노출과 낮은 자아존중감이 여대생의 신체 및 외모불만족과 섭식행동장애에 영향을 미친다는 것을 규명하였다. 한편 자아존중감과 신체이미지에 관한 국내의 선행연구는, 외모의 사회문화적 태도(인지, 내면화)와 신체이미지가 자아존중감에 영향을 미친다는 홍금희(2006)의 연구와 신체만족도가 자아존중감에 영향을 주고, 이 두 요인이 성형요구도에 영향을 미친다는 전경란, 이명희(2001)의 연구가 있다. 한편, 정수진, 추미선(2011)은 대학생의 성별, 체형인식, 자아존중감, 신체만족도 및 신체이미지가 의복행동에 미치는 영향을 연구한 결과 자아존중감이 외모만족 및 외모관심에 영향을 미치는 것을 규명하였으며, 비슷한 맥락에서 김태미(2011)는 한국가정과 다문화가정 청소년 두 집단에서 청소년의 자아존중감이 신체만족도에 유의한 영향을 미친다는 것을 밝혔다.

본 연구는 두 번째 관심으로, 신체 태도에 영향을 미칠 수 있는 변수들의 인과관계를 규명하고자 한다. 구체적으로 외모의 사회문화적 태도-매스미디어가 전달하는 정보의 인지와 사회문화적 미의 기준의 내면화하는 정도가 개인의 신체 태도에 영향을 미치는지 알아보고자 한다. 또한 자아존중감이 신체 태도에 미치는 영향에 대하여 자아존중감이 신체 태도에 영향을 주는 선행 변수로 작용할 수 있음을 규명하고자 하며, 외모의 사회문화적 태도에 영향을 미칠 것이라 예상되는 외모비교 및 미디어관심 등의 선행 변수들과 함께 신체 태도에의 영향을 살펴보고자 한다.

4. 삶의 만족

삶의 만족, 삶의 질이란, 자신이 선택한 기준에 따른 삶의 질에 대한 전반적인 평가(Shin & Johnson, 1978) 또는 일상에서 얻는 만족감과 관련된 주관적 가치판단(Dubos, 1976)을 의미한다. 신체적 외모와 삶의 만족의 관계에 대하여 Cash & Pruzinsky(1990)는 좋은 외모를 지닌 개인은 스스로에게 만족하고 자신감을 발휘하며 능동적

인 삶을 살아가지만, 반대로 좋은 외모를 지니지 않았다고 지각하는 개인은 자신감이 없으며, 사회적으로 위축되고 타인에게 좋은 대우를 받지 못한다고 하였다. 미국의 연구결과, 매스미디어에 등장하는 신체적 매력의 기준이 미국 여성의 평균보다 훨씬 더 마른 몸매이며(Kim & Lennon, 2007), 미디어는 이를 삶의 행복, 성공, 바람직함 등의 개념과 연관시킨다고 하였다(Yamamiya et al., 2005). 사람들은 이러한 이상적 신체와 인지된 신체의 차이가 적을수록 자신에 대해 정서적으로 만족하게 되는데(Horn & Gurel, 1981), Rudd & Lennon (1994)는 사회적 비교와 외모 평가에 대한 모델을 제시하면서, 문화적 이상에 영향을 받은 개인의 외모가 이상에 근접하지 못하였을 때 개인은 4가지의 극복 전략을 수행한다고 하였다. 즉, 개인은 사회문화적 미의 기준에 도달하기 위해 지속적으로 노력하거나(accept standard, try harder), 이상적인 기준을 인지는 하지만 도달을 위한 노력은 하지 않거나(accept standard, quit trying), 사회문화적 기준에 집중했던 개인의 가치관을 변화시키거나(modify personal standard), 사회문화적 기준을 변화시키려는(modify cultural standard) 노력을 하게 된다.

한편, 최근 몇 년 간 삶의 만족, 주관적 삶의 질에 대한 연구가 증가해 왔는데 국내외에서 이루어진 삶의 만족에 관한 대부분의 연구는 사회학, 심리학 분야에서 연령(정명숙, 2005), 성별(김명소, 임지영, 2003), 경제력, 자기효능감, 신체 건강(김의철, 박영신, 2006) 등 인구통계학적 요소에 따른 삶의 질 차이를 연구하거나, 의학 분야에서 수술 후 환자의 삶의 만족도를 다룬 연구(Carlsson et al., 2004) 등이 대부분이다. 최근 들어 주관적 삶의 질의 구성요소를 규명하기 위하여 질적 접근과 양적 접근방법을 사용하고 있으나 각 학자마다 규명한 삶의 만족에 관한 구성요소가 각기 다르다고 할 수 있다. 본 연구에서와 비슷한 변수들을 다룬 연구는 김명소와 임지영(2003)이 한국 성인의 행복한 삶의 구성요인 중의 하나로 외모를 규명한 연구가 있으며, 정혜윤(2011)과 임지혜(2011) 등이 외모만족이 여대생과 청소년의 삶의 질 및 사회생활에 미치는 영향을 규명한 연구가 있다. 한편 삶의 만족에 대해 자아존중감의 영향을 다룬 연구로

Mann et al.(2004)은 높은 자아존중감은 건강, 긍정적인 사회생활, 성공, 자기만족과 연관되며, 반면 낮은 자아존중감은 위험한 외모관리행동, 섭식 장애 및 부정적인 감정들과 연관된다는 것을 발견하였고, 박영례와 손연정(2009)은 성인 여성의 생애주기별 외모만족도, 자아존중감, 우울, 스트레스 및 건강관련 삶의 질 간의 관계를 연구하였다. 한편 Ferguson et al.(2013)은 TV 및 social media을 통한 여자 청소년의 타인과의 외모비교와 신체불만족, 섭식장애 및 삶의 만족의 관계를 연구하였다.

하지만 여전히 개인의 심리적 요인과 사회문화적 영향에서 비롯되는 신체 태도와 삶의 만족에 대한 거시적인 인과관계를 다룬 연구는 부재하기 때문에, 본 연구는 삶의 만족에 영향을 미칠 수 있는 자아존중감과 외모비교, 미디어관심, 외모의 사회문화적 태도 및 신체태도 요인들의 총체적인 관계를 알아보려고 한다.

III. 연구 방법

1. 연구모형 및 가설

본 연구는 자아존중감, 신체적 외모 비교, 미디어 관심, 외모의 사회문화적 태도, 신체 태도, 삶의 만족의 변수들과의 관계를 밝히기 위하여 다음과 같은 연구문제와 가설을 설정하였다. 연

구문제1, 2, 3에 따른 경로모형은 <그림 1>과 같다.

연구문제 1. 자아존중감, 신체적 외모 비교, 미디어 관심의 관계와 이들이 외모의 사회 문화적 태도에 미치는 영향을 알아본다.

가설 1. 자아존중감과 신체적 외모 비교는 상관관계를 보일 것이다.

가설 2. 신체적 외모 비교와 미디어 관심은 상관관계를 보일 것이다.

가설 3. 자아존중감은 외모의 사회문화적 태도 (내면화, 인지)에 부(-)적인 영향을 미칠 것이다.

가설 4. 신체적 외모 비교는 외모의 사회문화적 태도 (내면화, 인지)에 정(+)적인 영향을 미칠 것이다.

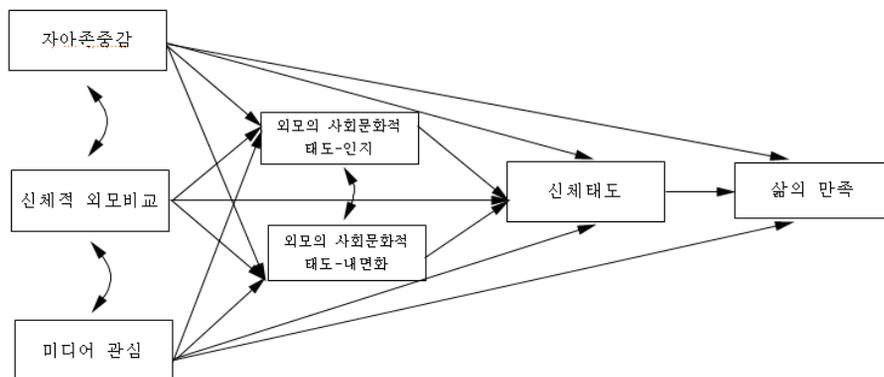
가설 5. 미디어 관심은 외모의 사회문화적 태도 (내면화, 인지)에 정(+)적인 영향을 미칠 것이다.

연구문제 2. 자아존중감, 신체적 외모 비교, 미디어 관심, 외모의 사회문화적 태도가 신체 태도에 미치는 영향을 알아본다.

가설 6. 자아존중감은 신체 태도에 정(+)적인 영향을 미칠 것이다.

가설 7. 신체적 외모 비교는 신체태도에 부(-)적인 영향을 미칠 것이다.

가설 8. 미디어 관심은 신체태도에 부(-)적인 영향을 미칠 것이다.



<그림 1> 가설된 경로모형

가설 9. 외모의 사회문화적 태도(내면화, 인지)는 신체태도에 부(-)적인 영향을 미칠 것이다.

연구문제 3. 자아존중감, 신체적 외모 비교, 미디어 관심, 외모의 사회문화적 태도 및 신체 태도가 삶의 만족에 미치는 영향을 알아본다.

가설 10. 자아존중감은 삶의 만족에 정(+)적인 영향을 미칠 것이다.

가설 11. 신체적 외모 비교는 삶의 만족에 부(-)적인 영향을 미칠 것이다.

가설 12. 미디어 관심은 삶의 만족에 부(-)적인 영향을 미칠 것이다.

가설 13. 외모의 사회문화적 태도(내면화, 인지)는 삶의 만족에 부(-)적인 영향을 미칠 것이다.

가설 14. 신체 태도는 삶의 만족에 정(+)적인 영향을 미칠 것이다.

2. 측정도구

1) 자아존중감 (Self-Esteem)

자기존경의 정도를 측정하기 위해 자아존중감 측정도구로 가장 많이 쓰이는 Rosenberg(1965)의 자아존중감 척도(Self-Esteem Scale)를 사용하였다. 이 척도는 총 10문항으로 5점 리커트 척도이며, ‘나는 내가 많은 장점을 가지고 있다고 생각한다.’, ‘나는 나 자신에 대하여 대체로 만족한다.’ 등의 내용으로 구성되어 있다.

2) 신체적 외모 비교 (Physical Appearance Comparison)

자신과 타인의 외모를 비교하는 정도를 측정하기 위해 Thompson et al.(1991)의 신체적 외모 비교 척도(The Physical Appearance Comparison Scale : PACS)를 사용하였다. 이 척도는 총 5문항으로 5점 리커트 척도이며, ‘사람들과 어울리게 되는 경우 나는 때때로 나의 몸매를 다른 사람들과 비교해본다.’, ‘자신이 과체중인지 아니

면 저체중인지를 알 수 있는 가장 좋은 방법은 자신의 몸매를 다른 사람들과 비교하는 것이다.’ 등의 내용으로 구성되어 있다.

3) 외모의 사회문화적 태도 (Socioculture Attitudes toward Appearance-I)

Thompson et al.(1995)의 외모의 사회문화적 태도 척도(Socioculture Attitudes toward Appearance Questionnaire-I: SATAQ-I)의 총 14문항을 사용하였다. ‘인지’ 요인은 사회문화적 외모기준에 대한 정보의 원천으로서의 매스미디어의 영향을 인지하는 것을 의미하며, ‘잡지의 기사는 매력적으로 되는 방법과 패션에 대한 중요한 정보의 원천이다.’, ‘잡지의 사진은 매력적으로 되기 위한 방법과 패션에 대한 중요한 정보의 원천이다.’ 등의 내용으로 총 9문항으로 구성되어 있고, 5점 리커트 척도이다. ‘내면화’ 요인은 이상적인 사회문화적 미의 기준을 자신의 가치로 수용하는 정도와 관련되며, ‘나의 몸매가 잡지에 나오는 모델처럼 보이기를 원한다.’, ‘나는 잡지에 나오는 사람들의 외모와 나의 외모를 비교하곤 한다.’ 등의 총 9문항으로 구성되어 있다.

4) 신체 태도 (Body Attitude)

체형, 외모, 체중 등의 신체에 대한 태도를 알아보기 위하여 Ben-Tovim & Walker(1991)의 신체 태도 문항(Body Attitudes Questionnaire: BAQ)을 사용하였고, 총 44문항 중에서 본 연구에 적합한 26문항을 채택하였다. ‘사람들은 종종 내 외모에 대해 내게 칭찬한다.’, ‘나는 내 허벅지가 뚱뚱하다고 느낀다.’, ‘나는 내가 신체적 매력이 있다고 느낀다.’ 등의 내용으로 구성되어 있으며 5점 리커트 척도이다.

5) 삶의 만족 (Life Satisfaction)

삶에 대한 총체적인 만족을 측정하기 위하여 Diener et al.(1985)의 삶의 만족 척도(Satisfaction With Life Scale: SWLS)를 사용하였다. 이 척도는 총 5문항으로, ‘인생을 다시 살 수 있다고 해도 바꾸고 싶은 것은 별로 없다.’, ‘그럭저럭 내

〈표 1〉 외모의 사회문화적 태도(SATAQ-I) 요인분석

요인명	문항	요인 부하량	고유치	변량(%) (누적변량)	신뢰도
요인 1. 사회문화적 외모기준의 인지 (Awareness)	오늘날의 사회에서 성공하려면 몸매관리를 열심히 하는 것이 중요하다.	.70	4.20	40.21 (40.21)	.62
	대부분의 사람들은 날씬할수록 더 보기 좋다고 믿는다.	.67			
	오늘날의 사회에서 매력적으로 보이는 것은 중요하다.	.81			
요인 2. 사회문화적 외모기준의 내면화 (Internalization)	마른 여자가 나오는 뮤직비디오를 보면 나도 그렇게 말랐으면 하고 바라게 된다.	.75	1.22	19.99 (60.20)	.87
	마른 여자의 사진을 보면 나도 그렇게 되고 싶어진다.	.73			
	나는 종종 코스모폴리탄, 보그, 글래머 같은 패션잡지에 나오는 모델을 보면서 내 외모와 비교하곤 한다.	.85			
	나는 패션잡지와 TV에 나오는 사람들의 몸매와 내 몸매를 비교하는 경향이 있다.	.84			
	나는 패션잡지의 모델처럼 보이고 싶다.	.74			
	TV와 영화에 나오는 여자들은 내가 목표로 생각하는 외모의 전형을 보여준다	.62			

인생은 내가 꿈꾸던 이상에 근접해있다.’ 등의 내용으로 구성되어 있다.

(22.0%) 순으로 나타났다.

3. 자료수집 및 분석

조사대상은 서울시에 거주하는 여자대학생으로 편의표집을 하였다. 자료수집은 총 250부를 배부하여 245부가 회수되었으며, 불성실한 응답을 제외한 232부를 자료수집에 사용하였다. 자료분석은 SPSS 18.0 프로그램을 사용하여, 빈도, 요인분석, 신뢰도분석, Pearson 적률상관관계, 경로분석을 위한 회귀분석을 실시하였다.

응답자들의 연령분포는 18~31세였고 평균연령은 22.0세였다. 대부분의 응답자는 대학생으로 89.2%의 구성비를 보였다. 응답자들이 주로 접하는 매스미디어의 종류는 TV (68.5%), 인터넷 (16.4%), 잡지(9.1%), 영화(6.0%)의 순으로 나타났다. 매스미디어의 노출 횟수에 대해서는 매체를 1주일에 2-3번 접한다는 응답(44.8%)이 가장 높게 나타났다. 자신의 외모 비교 대상으로 삼는 외모 비교원에 대해서는 친구, 주위사람 (41.4%)이 가장 높았고, 그 다음으로 거리나 공공장소의 타인(25.0%)과 TV 연예인, 영화배우

VI. 결과 및 논의

1. 외모의 사회문화적 태도와 변수들의 상관관계

외모에 대한 사회문화적 태도와 변수 간 관계를 알아보기 위하여, 먼저 사회문화적 태도 변수를 요인분석을 실시하였다(표 1). 주성분분석과 Varimax Rotation을 실시하였으며, 전체 설명력을 낮추거나 공통량이 적은 5개의 문항은 분석에서 제외하였다. 그 결과, 선행 연구들과 같이 2개의 요인이 그대로 추출되었으며, 전체 변량 중 60.20%가 이들에 의해 설명되었다. 요인 1은 사회문화적 외모기준에 대한 정보의 원천으로서의 매스미디어의 영향에 관해 인지하는 3개의 문항으로 구성되어 ‘사회문화적 외모기준의 인지(Awareness)’라고 명명하였고, 신뢰도계수(Cronbach' α)는 0.62, 설명력은 40.21%였다. 요인 2는 이상적인 사회문화적 미의 기준을 자신의 가치로 수용하는 6개의 문항으로 구성되었고,

<표 2> 외모의 사회문화적 태도와 변수들의 상관관계

변수	자아존중감	신체적 외모 비교	미디어 관심	외모의 사회문화적 태도 -인지 요인	외모의 사회문화적 태도 -내면화 요인
자아존중감	1				
신체적 외모 비교	-.11	1			
미디어 관심	.04	.29**	1		
외모의 사회문화적 태도 - 인지 요인	-.04	.40**	.26**	1	
외모의 사회문화적 태도 - 내면화 요인	-.09	.48**	.51***	.46**	1

** $p < .01$

<표 3> 자아존중감, 외모 비교, 미디어 관심이 외모의 사회문화적 태도- 외모기준의 인지 요인에 미치는 영향에 대한 회귀분석 결과

종속변수	독립변수	β	t	F	R ²
외모의 사회문화적 태도 - 외모기준의 인지	자아존중감	-.002	-0.044	17.113	.184
	신체적 외모 비교	.245	5.665***		
	미디어 관심	.111	2.501*		

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

‘사회문화적 외모기준의 내면화(Internalization)’로 명명하였으며 신뢰도계수(Cronbach’ α)는 0.87, 설명력은 19.99%였다.

2. 자아존중감, 신체적 외모 비교, 미디어 관심과 외모의 사회문화적 태도의 관계

외모의 사회문화적 태도와 변수들의 관계를 알아보기에 앞서 변수들의 신뢰도를 분석하였다. 그 결과, 자아존중감($\alpha = .85$), 외모비교($\alpha = .76$), 미디어관심($\alpha = .85$), 신체태도($\alpha = .92$), 삶의만족($\alpha = .82$) 변수의 신뢰도계수(Cronbach’ α)가 0.6 이상으로 높아 가설 검증에 충분한 신뢰성을 가진 것으로 나타났다(Robinson et al., 1991).

다음으로 자아존중감, 신체적 외모비교, 미디어 관심과 외모의 사회문화적 태도의 하위요인인 인지와 내면화 요인의 상관관계를 알아보기 위해 상관분석을 실시하였다(표 2). 우선 자아존중감과 신체적 외모 비교의 상관관계를 알아본

결과 유의한 관계가 나타나지 않아 가설 1이 기각되었고, 신체적 외모비교와 미디어 관심은 유의한 결과를 나타내어 가설 2가 채택되었다. 이는 여성들의 미디어에 대한 관심 및 미디어가 제공하는 이상적인 미의 기준과 자신의 신체 비교 간에 관련성이 있다는 선행 연구들(Van den Berg et al., 2007)과 같은 맥락의 결과라고 할 수 있겠다. 외모의 사회문화적 태도 중 인지와 내면화 요인 간에도 상관관계가 나타나, 사회문화적 외모기준에 대한 인식과 이를 자신의 가치로 내면화하는 것은 관련이 있음을 보여주었다. 한편, 모든 변수 간의 상관계수가 0.6 이하로 나타나 이들 변인들 간에는 다중공선성이 존재하지 않음을 밝혔으며 회귀분석의 타당성이 입증되었다.

외모의 사회문화적 태도에 대한 변수들의 영향을 구체적으로 알아보기 위해, 각 하위요인별로 회귀분석을 실시하였다. 사회문화적 외모기준의 ‘인지’ 요인에 대해 살펴본 결과(표 3), 자아존중감은 유의한 영향을 나타내지 않아 가설 3이 부분적으로 기각되었고, 신체적 외모비교

<표 4> 자아존중감, 외모 비교, 미디어 관심이 외모의 사회문화적 태도-외모기준의 내면화 요인에 미치는 영향에 대한 회귀분석 결과

종속변수	독립변수	β	t	F	R ²
외모의 사회문화적 태도 - 외모기준의 내면화	자아존중감	-.112	-1.392*	47.128	.383
	신체적 외모 비교	.436	6.499***		
	미디어 관심	.515	7.458***		

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

($B=.245$, $t=5.665$, $p<.001$)와 미디어 관심($B=.111$, $t=2.501$, $p<.05$)은 유의한 결과를 나타내어 가설 4와 5가 지지되었다($R^2=.184$). 즉, 미디어에 관심이 많고 외모비교를 많이 하는 사람일수록 미디어가 사회문화적 미의 기준을 제시하는 정보의 원천으로서 기능한다고 생각하며, 잡지와 TV 등이 이상적인 외모의 비교 대상을 제시한다고 인식함을 유추할 수 있다. 한편, 자아존중감의 정도는 매스미디어가 사회문화적 외모기준을 제공한다는 것을 인지하는 것에는 영향을 미치지 않는다는 것을 알 수 있다.

사회문화적 외모기준의 '내면화' 요인에 대한 회귀분석 결과(표 3), 자아존중감 ($B=-.112$, $t=-1.392$, $p<.05$)과 신체적 외모 비교($B=.436$, $t=6.499$, $p<.001$), 미디어 관심($B=.515$, $t=7.458$, $p<.001$) 변인이 모두 '내면화' 요인에 대해 유의한 영향을 나타내어 가설 3, 4, 5가 지지되었다($R^2=.383$). 즉, 타인 혹은 미디어가 제시하는 이상적인 모델과 외모 비교를 많이 하며, 매스미디어에 대한 관심이 높을수록 사회문화의 미적 기준을 자신의 가치로 수용하고 내면화하는 정도가 높게 나타난다고 할 수 있다. 한편, 자아존중감은 부적인 영향을 나타내었는데, 즉 자아존중감이 낮을수록 사회문화적 외모기준을 더 쉽

게 받아들이고 내면화시킨다는 것을 알 수 있다. 이는 자아존중감이 낮은 여대생에 외모와 관련된 매체이미지에 더 집중한다는 Mischner et al.(2013)의 연구와, 타인과의 사회적 비교가 사회문화적 외모기준의 내면화에 영향을 미친다는 Dunn, & Thompson(2002)의 주장과 일치하는 결과이다.

3. 자아존중감, 신체적 외모 비교, 미디어 관심, 외모의 사회문화적 태도와 신체 태도의 관계

자아존중감과 신체적 외모 비교, 미디어 관심 및 외모의 사회문화적 태도가 신체 태도에 미치는 영향을 회귀분석을 실시한 결과는 <표 5>와 같다. 신체 태도에 대해 자아존중감이 유의한 영향을 주는 것으로 나타났고($B=.280$, $t=4.697$, $p<.001$), 미디어 관심 변수는 유의한 영향을 미치지 않게 나타나 가설 6이 채택되고 가설 8은 기각되었다. 이 결과는 자아존중감이 외모만족에 영향을 미친다는 Kim & Lennon(2007)의 연구와, 개인이 신체에 대해 갖는 감정은 자신에 대한 감정과 비슷하다고 한 홍금희(2006)의 의

<표 5> 자아존중감, 외모 비교, 미디어 관심, 외모의 사회문화적 태도가 신체 태도에 미치는 영향에 대한 회귀분석 결과

종속변수	독립변수	β	t	F	R ²
신체 태도	자아존중감	.280	4.697***	18.969	.296
	신체적 외모 비교	-.143	-2.570**		
	미디어 관심	.121	2.111		
	외모의 사회문화적 태도 - 외모기준의 인지	-.173	-2.169*		
	외모의 사회문화적 태도 - 외모기준의 내면화	-.304	-5.922***		

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

<표 6> 자아존중감, 외모 비교, 미디어 관심, 외모의 사회문화적 태도, 신체 태도가 삶의 만족에 미치는 영향에 대한 회귀 분석 결과

종속변수	독립변수	β	t	F	R ²
삶의만족	자아존중감	.673	10.013***	22.989	.380
	신체적 외모 비교	-.043	-.709		
	미디어 관심	-.001	-.013		
	외모의 사회문화적 태도 - 외모기준의 인지	-.037	-.433		
	외모의 사회문화적 태도 - 외모기준의 내면화	-.066	-1.117		
	신체태도	.095	1.323		

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

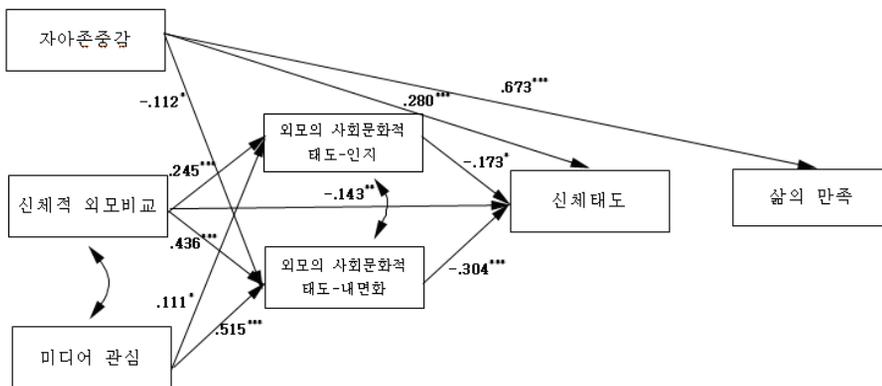
견과 같은 맥락이다. 신체 태도에 대해 신체적 외모 비교는 부적인 영향을 나타내어($B = -.143$, $t = -2.570$, $p < .01$) 가설 7이 채택되었는데, 이는 타 인과의 외모 비교를 많이 할수록 신체 불만족을 경험한다는 선행 연구들(Johnson et al., 2013)과 같은 결과를 나타낸다.

한편 외모의 사회문화적 기준의 인식($B = -.173$, $t = -2.169$, $p < .05$) 및 내면화 ($B = -.304$, $t = -5.922$, $p < .001$)의 정도가 높을수록 신체 태도가 부정적으로 나타나 가설 9가 채택되었는데, 이는 매스 미디어가 사회적으로 이상화된 외모 기준에 대한 정보를 제공한다는 것을 인식하고, 이 기준을 내면화하는 정도가 높을수록 이상적인 신체와 자신의 신체의 차이를 크게 인지하거나 왜곡하여 부정적인 신체 태도를 형성하게 된다고 해석할 수 있다. 이는 사회문화적 가치의 내면화가 신체 왜곡과 성형의도에 영향을 미친다는 손

은정(2007)의 연구와 비슷한 결과를 나타낸다.

4. 자아존중감, 신체적 외모 비교, 미디어 관심, 외모의 사회문화적 태도, 신체태도와 삶의 만족 관계

모든 변수들과 삶의 만족 간의 관계를 알아보기 위해 회귀분석을 실시한 결과(표 6), 자아존중감이 삶의 만족에 유의한 영향을 미쳤고, 다른 변수들은 삶의 만족 요인에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타나 가설 10이 채택되고 11~14가 기각되었다. 이는 자신에 대해 긍정적인 감정을 지닌 사람은 삶에 있어서도 긍정적이고 만족감이 높게 나타난다고 해석할 수 있으며, 높은 자아존중감이 건강, 긍정적인 사회생활, 성공, 자기만족과 연관된다는 Mann et al.(2004)의 주장과 일치하는 결과이다. 하지만



<그림 2> 수정된 경로모형

기타 변수들은 삶의 만족에 유의한 영향을 미치지 않았으므로, 궁극적인 삶의 만족은 타인과의 비교나 자신의 신체에 대한 태도에서 비롯되는 것이 아니라 자신에 대한 총체적인 생각 또는 만족과 관련되는 것으로 해석할 수 있다.

5. 수정된 경로모형

이상의 결과에 의해 유의한 수정계수에 의해 수정된 경로모형과 경로계수는 <그림 1>과 같다. 자아존중감은 외모의 사회문화적 기준의 ‘인지’에는 영향을 미치지 않지만, ‘내면화’요인에는 영향을 미치며 신체 태도를 통해 삶의 만족에 간접적인 영향을 주는 것은 물론 삶의 만족에 직접적인 영향을 주는 것으로 나타났다. 신체적 외모비교는 신체태도에 직접적인 영향을 미쳤으며, 외모의 사회문화적 태도의 인지 및 내면화를 통해 신체태도에 간접적인 영향 또한 미치는 것으로 나타났다. 또한 미디어 관심은 외모의 사회문화적 태도에 영향을 통해 신체태도에 영향을 미쳤다. 하지만 자아존중감 외의 변수들은 삶의 만족에 직간접적인 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

VI. 결론 및 제언

본 연구는 외모에 대한 중요성이 강조되는 현대 사회에서 자아존중감, 신체적 외모의 비교, 미디어 관심, 외모의 사회문화적 태도, 신체 태도가 궁극적인 삶의 만족이 미치는 영향을 밝힘으로써 산업에 유용한 마케팅 전략과 함께 외모지향적인 사회에 대해 개인의 삶의 질에 대한 성찰을 하고자 하였다. 본 연구의 의의를 구체적으로 보면, 외모의 사회문화적 가치수용에 있어 미디어의 역할 및 개인의 외모비교가 중요한 영향을 미쳤다는 것으로부터, 거시적 문화시스템의 도구인 매스미디어를 통해 외모의 문화가치를 창출하고 이를 소비가치로 전가시킬 수 있는 패션기업, 매스미디어 산업 및 외모, 신체관리와 관련된 여타 시장(성형, 다이어트, 에스테틱, 체형관리 시장 등)의 마케터에게 유용한 정보를 제공하는 실질적인 연구라는데 있다. 또한

외모의 사회문화적 태도와 신체 태도에 영향을 미치는 변수들 간의 총체적 인과 관계를 규명하고, 나아가 거시적 차원에서 이들이 삶의 만족에 미치는 영향을 살펴봄으로써 신체이미지에 대한 연구와 매스미디어의 영향을 실증적으로 제시하였다는 데 학문적 의의가 있다.

본 연구의 결론은 다음과 같다.

첫째, 자아존중감과 신체적 외모 비교, 미디어 관심이 외모의 사회문화적 태도에 미치는 영향을 분석한 결과, 신체적 외모 비교와 미디어 관심이 높을수록 외모의 사회문화적 태도가 높게 나타났다. 즉, 매스미디어에 관심이 많고 타인과 자신의 외모 비교를 많이 할수록, 미디어가 제공하는 이상화된 사회문화적 미의 기준을 인식하고 내면화하며 이로부터 자신의 신체에 대해 이미지를 형성한다는 것을 알 수 있었다.

둘째, 자아존중감, 신체적 외모 비교, 미디어 관심과 외모의 사회문화적 태도가 신체 태도에 미치는 영향을 분석한 결과, 자아존중감이 낮고 외모 비교를 많이 하며 미디어에 관심이 많을수록 외모의 사회문화적 기준을 인지, 내면화 하며 신체 태도가 부정적으로 나타났다. 즉, 자신에 대한 존경의 정도인 자아존중감은 자신의 신체에 대한 존중과 같은 맥락임을 알 수 있으며, 외모의 상향 비교를 통해 이상화된 사회문화적 미의 기준을 인식하고 내면화하는 정도가 높을수록 실제 자신의 신체를 부정적으로 인식하여 신체 태도가 낮게 나타남을 알 수 있었다. 따라서, 마케터는 매스미디어를 통해 외모의 문화가치를 창출하고 여성의 외모관리행동을 유도할 수 있겠다.

셋째, 이들 변인들이 삶의 만족에 미치는 영향을 분석한 결과, 자아존중감이 높을수록 삶의 만족이 높게 나타났다. 즉, 자아와 자신의 신체에 대해 만족하는 사람은 삶의 만족 또한 높다는 것을 알 수 있으며, 궁극적인 삶의 만족은 타인과의 비교나 자신의 신체에 대한 태도에서 비롯되는 것이 아니라 자신에 대한 총체적인 생각 또는 만족과 관련되는 것으로 해석할 수 있다. 이는 외모지상주의가 만연해 있는 현대사회에 의미있는 결과로서, 개인의 궁극적인 삶의 질은 외모에만 관계되는 것이 아니라 개인의 자아, 능력, 성공, 사회생활 등 개인을 둘러싼 전반적

인 요소로부터 형성되는 것이라는 점에서 외모 지향 및 이상화된 사회문화적 기준을 쫓는 젊은 세대들을 위한 교육 프로그램 또는 캠페인 개발 등에 도움이 될 수 있겠다.

본 연구의 한계점은 연구 대상을 한정시켜 표집하였다는 점과, 사회문화적으로 이상화된 미의 기준에 대해 20대 후반의 여성보다 상대적으로 적은 경험을 가진 20대 초, 중반의 여대생을 대상으로 하였다는 점이다. 후속 연구에 대한 제언으로, 연구 대상을 20대 여성 전반으로 확대하여 여대생과 직장인의 외모의 사회문화적 태도, 신체태도의 양상에 대해 비교 연구를 하거나, 특히 모방과 타인의식이 높은 10대 청소년과 20대 여성의 비교, 혹은 일반적으로 이상적 외모 기준에 대한 노출과 인식 정도가 높은 패션산업 종사자와 일반 소비자를 대상으로 비교 연구를 수행해볼 수 있겠다. 또한 최근 남성의 이상적인 외모기준의 내면화와 신체이미지에 대한 관심이 높아짐에 따라 연구대상을 남성으로 확대할 수 있다. 한편 본 연구는 설문참가자에게 자신의 미디어관심 및 사회문화적 외모 기준의 인지와 내면화 정도를 상기시켜 응답하게 하였는데, 이러한 변수를 보다 직접적으로 측정하기 위해 미디어 자극물을 제공하고 실험 연구를 실시할 수 있으며, 최근 Facebook, Twitter 등의 social media 이용이 확산됨에 따라, 외모비교의 대상을 기존의 매스미디어에 나타난 모델 등에 국한시키지 않고, social media를 통해 접할 수 있는 다양한 타인으로 확대하여 연구를 수행해 보는 것도 의미가 있을 것으로 사료된다. 또한 본 연구에서 다룬 변수들 외에 외모의 사회문화적 태도, 신체태도, 및 삶의 만족에 영향을 미칠 수 다양한 요소들, 예를 들어 자기에 (self-narcissism), 자기효능(self-efficacy), 또는 외모관심/걱정(body image concern)과 같은 심리적 변수들을 연구해 볼 수 있겠다.

참 고 문 헌

김명소, 임지영. (2003). 대학생의 '바람직한 삶' 구성요인 및 주관적 안녕감과과의 관계 분석: 남녀 차이를 중심으로. *한국여성심리학회지*,

8(1), 83-97.

김선희. (2003). 외모에 대한 사회·문화적 태도와 외모관리행동에 대한 연구. *대한가정학회지*, 41(5), 99-108.

김의철, 박영신. (2006). 한국 사회에서 삶의 질을 구성하는 요인들에 대한 탐구. *한국심리학회지: 문화 및 사회문제*, 12(5), 1-28.

김태미, 최인려. (2011). 다문화가정과 한국가정 청소년의 자아존중감과 신체만족도에 따른 의복 행동특성에 관한 비교연구. *한국의상디자인학회지*, 13(3), 69-80.

박영례, 손연정. (2009). 성인여성의 생애주기별 외모만족도, 자아존중감, 우울, 스트레스 및 건강 관련 삶의 질 간의 관계. *대한기본간호학회지*, 16(3), 353-361.

박혜정, 김혜정. (2004). 패션산업의 문화 가치와 소비 가치 -마케팅과 의류학과 패션시스템에 대한 거시적 관점의 통합적 접근-. *한국의류학회지*, 28(1), 1-11.

손은정. (2007). 공적 자기의식, 사회문화적 가치의 내면화 및 신체상에 대한 태도가 성형 의도에 미치는 영향. *한국심리학회지: 여성*, 12(1), 63-81.

이미숙. (2013). 외모에 대한 사회문화적 태도에 따른 청소년의 신체존중감과 의복행동에 대한 연구. *한국의상디자인학회지*, 15(2), 43-56.

이상선, 오경자. (2003). 외모 관련 사회문화적 태도 설문지의 타당화 연구. *한국심리학회지*, 22(4), 913-926.

임지혜. (2011). 여자 청소년의 외모만족도가 자아존중감 및 학교생활적응에 미치는 영향: 명지대학교 대학원 석사학위논문.

전경란, 이명희. (2003). 신체만족도와 심리적 특성이 외모향상태도에 미치는 영향. *한국의류학회지*, 27(6), 643-653.

정명숙. (2005). 연령과 삶에 대한 만족도. *한국심리학회지: 발달*, 18(4), 87-108.

정수진, 추미선. (2011). 체형인식과 자아존중감, 신체만족도 및 신체이미지가 의복태도에 미치는 영향. *한국의상디자인학회지*, 13(3), 117-133.

정혜운. (2011). 외모만족과 사회적 지지가 연기 전공학생의 삶의 질에 미치는 영향. 건국대

- 학교 석사학위논문.
- 조재현. (2007). 광고모델의 이상적 이미지가 자기 평가에 미치는 영향. *한국광고홍보학보*, 9(3), 80-103.
- 홍금희. (2006). 자아존중감에 대한 외모의 사회문화적 태도와 신체비만도 및 신체이미지의 영향. *한국의류학회지*, 30(2), 348-357.
- 홍금희. (2006). 외모의 사회문화적 태도와 신체비만도가 신체이미지와 신체만족도에 미치는 영향. *한국의류산업학회지*, 8(1), 48-54.
- 홍명숙, 백인선, 이은진, 박성희. (2007). 미디어 및 외모관심도가 직장인의 외모관리에 미치는 영향. *한국의류학회지*, 31(4), 624-632.
- Baker, M. J., & Churchill, G. A. (1977). The impact of physically attractive models on advertising evaluations. *Journal of Marketing Research*, 14(4), 538-555.
- Ben-Tovim, D. I., & Walker, M. K. (1991). The development of the Ben-Tovim Walker body attitudes questionnaire (BAQ), a new measure of women's attitudes towards their own bodies. *Psychological Medicine*, 21(3), 775-784.
- Carlson L. E., Angen, M., & Cullum J. (2004). High levels of untreated distress and fatigue in cancer patients. *British Journal of Cancer*, 90(12), 2297-2304.
- Cash, T. F., & Pruzinsky, T. (1990). *Body images: Development, deviance, and change*. New York: Guilford.
- Cattarin, J., Thompson, J. K., Carmen T., & Robyn, W. (2000). Body image, mood, and televised images of attractiveness: The role of social comparison. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 19(2), 220-239.
- Cash, T. F., Santos, M. T., & Williams, E. F. (2005). Coping with body-image threats and challenges: Validation of the body image coping strategies inventory. *Journal of Psychosomatic Research*, 58(2), 191-199.
- Chena, H., Gao, X., & Jackson, T. (2007). Predictive models for understanding body dissatisfaction among young males and females in China. *Behaviour Research and Therapy*, 45(6), 1345-1356.
- Crocker, J., & Major, B. (1989). Social stigma and self-esteem: The self-protective properties of stigma. *Psychological Review*, 96(4), 608-630.
- Cusumano, D. L., & , J. K. (1997). Body image and body shape ideals in magazines: Exposure, awareness, and internalization, *Sex Roles*, 37(9-10), 701-721.
- Diener, E., Emmons, R. A., Larsen, R. J., & Griffin, S. (1985). The satisfaction with life scale. *Journal of Personality Assessment*, 49(1), 71-75.
- Dijkstra, P., & Barelds, D. P. H. (2011). Examining a model of dispositional mindfulness, body comparison, and body satisfaction. *Body Image*, 8(4), 419-422.
- Dubos, R. (1976). The state of health and the quality of life. *Western Journal of Medicine*, 125(1), 8-9.
- Featherstone, M. (1991). *The body in consumer culture*. London: Sage Publications.
- Ferguson, C. J., Muñoz, M. E., Garza, A., & Galindo, M. (2013). Concurrent and prospective analyses of peer, television and social media influences on body dissatisfaction, eating disorder symptoms and life satisfaction in adolescent girls, *Journal of Youth and Adolescence*, 42, 1-14.
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7, 117-140.
- Field, A. E., Cheung, L., Wolf, A. M., Herzog, D. B., Gortmaker, S. L., & Colditz, G. A. (1999). Exposure to the mass media and weight concerns among girls. *Pediatrics*, 103(3), e36.
- Fisher, E., Dunn, M. J., & Thompson, K. (2002). Social comparison and body image: An investigation of body comparison process using multidimensional scaling. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 21(5), 566-579.
- Jung, J., Lennon, S. J., & Rudd, N. A. (2001).

- Self-schema or self-discrepancy? which best explains body image? *Clothing and Textiles Research Journal*, 19(4), 171-184.
- Halliwell, E., & Dittmar, H. (2004). Does size matter? The impact of model's body size on women's body-focused anxiety and advertising effectiveness. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 23(1), 104-122.
- Hamilton, J. A. (1997). The macro-micro interface in the construction of individual fashion forms and meanings. *Clothing and Textiles Research Journal*, 15(3), 164-171.
- Hargreaves, D., & Tiggemann, M. (2003). The effect of thin ideal television commercials on body dissatisfaction and schema activation during early adolescence. *Journal of Youth and Adolescence*, 32(5), 367-373.
- Hausenblas, H. A., Janelle, C. M., Gardner, R. E., & Hagan, A. L. (2002). Effects of exposure to physique slides on the emotional responses of men and women. *Sex Roles*, 47(11-12), 569-575.
- Heinberg, L. J., & Thompson, J. K. (1995). Body image and televised images of thinness and attractiveness: A controlled laboratory investigation. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 17, 1-14.
- Heinberg, L. J., Thompson, J. K., & Stormer, S. M. (1995). Development and validation of the sociocultural attitude towards appearance questionnaire. *Journal of Eating Disorders*, 17(1), 81-89.
- Horn, M. J., & Gurel, L. M. (1981). *The second skin*. Boston: Houghton Mifflin.
- Johnson, K. K. P., Kim, E., Lee, J. Y., & Kim, A. (2013). Identifying antecedents of risky appearance management behaviors across cultures: U.S. and South Korea. *International Textiles and Apparel Association 2013 Annual Meeting Proceedings*. Available at <http://itaonline.org>.
- Kim, H., & Damhorst, M. L. (2010). The relationship of body-related self-discrepancy to body dissatisfaction, apparel involvement, concerns with fit and size of garments, and purchase intentions in online apparel shopping. *Clothing and Textiles Research Journal*, 28(4), 239-254.
- Kim J-H. & Lennon, S. J. (2007). Mass media and self-esteem, body image, and eating disorder tendencies. *Clothing & Textiles Research Journal*, 25(1), 3-23.
- Lee, J., & Johnson, K. K. P. (2009). Factors related to engagement in risky appearance management behaviors. *Clothing & Textiles Research Journal*, 27(3), 163-178.
- Lee, J. Y., & Johnson, K. K. P. (2012). The effects of "me-model" body size discrepancy on consumer's shopping mood, store satisfaction, and intention to revisit online apparel stores. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*. 36(12), 1297-1309.
- Lennon, S. J., Lillethun, A., & Buckland, S. S. (1999). Attitudes toward social comparison as a function of self-esteem: Idealized appearance and body image. *Family and Consumer Sciences Research Journal*, 27(4), 379-405.
- Lennon, S. J., Rudd, N. A., Sloan, B. & Kim, J. S. (1999). Attitudes toward gender roles, self-esteem, and body image: Application of a model. *Clothing and Textiles Research Journal*, 17(4), 191-202.
- Lennon, S. J., & Rudd, N. A. (1994). Linkages between attitudes toward gender roles, body satisfaction, self-esteem, and appearance management behaviors in women. *Family and Consumer Sciences Research Journal*, 23(2), 94-117.
- Levin, M. P., & Smolak, L. (2013). Media as a context for the development of disordered eating. In L. Smolak, M. P. Levine, & R. Striegel-Moore (Ed.), *The development of psychopathology of eating disorders* (pp.235-257). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

- Mann, M. M., & Hosman, C. M. H., & Schaalma, H. P., & de Vries, N. K. (2004). Self-esteem in a broad-spectrum approach for mental health promotion. *Health Education Research*, 19(4), 357-372.
- Martin, M. C., & Kennedy, P. F. (1993). Advertising and social comparison: Consequences for female preadolescents and adolescents. *Psychology and Marketing*, 10(6), 513-530.
- Mischner, I. H., van Schie, H. T., & Engels, R. C. (2013, in press). Breaking the circle: Challenging Western sociocultural norms for appearance influences young women's attention to appearance-related media. *Body image*, 21, Retrieved April 1, 2013 from <http://dx.doi.org/10.1016/j.bbr.2011.03.031>.
- Mulgrew, K. E., , D. & , P. G., (2013). The effect of music video clips on adolescent boys' body image, mood, and schema activation. *Journal of Youth and Adolescence*, 42(2), 1-13.
- Posavac, H. D., Posavac, S. S., & Posavac, E. J. (1998). Exposure to media images of female attractiveness and concern with body weight among young women. *Sex Roles*, 38(3-4), 187-201.
- Robinson, J. P., Shaver, P. R., & Wrightsman, L. S. (1991). *Measures of personality and social psychological attitudes*. San Diego: Academic Press.
- Rosenberg, M. (1965). *Society and the adolescent self-image*. Princeton NJ: Princeton University Press.
- Rudd, N. A., & Lennon, S. J. (2000). Body image and appearance-management behaviors in college women. *Clothing and Textiles Research Journal*, 18(3), 152-162.
- Samli, A. C. (1995). *International consumer behavior: Its impact on marketing strategy development*. Connecticut: Quorum Books
- Secord, P. F., & Jourard, S. M. (1953). The appraisal of body cathexis: Body cathexis and the self. *Journal of Consulting Psychology*, 17(5), 343-347.
- Shin, D., & Johnson, D. (1978). Avowed happiness as an overall assessment of the quality of life. *Social Indicators Research*, 5(4), 475-492.
- Shisslak, C. M., & Crago, M. (2001). Risk and protective factors in the development of eating disorders. In J. K. Thompson & L. Smolak (Ed.), *Body image, eating disorders, and obesity in youth: Assessment, prevention, and treatment* (pp.103-125). Washington, DC: American Psychological Association.
- Smith, A. R., Hames, J. L., & Joiner Jr, T. E. (2013, in press). Status update: Maladaptive Facebook usage predicts increases in body dissatisfaction and bulimic symptoms. *Journal of Affective Disorders*. Retrieved April 1, 2013, from <http://dx.doi.org/10.1016/j.bbr.2011.03.031>.
- Solomon, R. M. (2002). *Consumer Behavior* (5thed.). New Jersey: Prentice-Hall.
- Snyder, M. (1979). Self-monitoring processes. In L. Berkowitz (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (pp.86-128). New York: Academic Press.
- Thompson, J. K., Coovert, M. D., & Storer, S. M. (1999). Body image, social comparison, and eating disturbance: A covariance structure modeling investigation. *International Journal of Eating Disorder*, 26(1), 43-51.
- Thompson, J. K., & Heinberg, L. J. (1999). The media's influence on body image disturbance and eating disorders: We've reviled them, now can we rehabilitate them? *Journal of Social Issues*, 55(2), 339-353.
- Thompson, J. K., & Stice, E. (2001). Thin-ideal internalization: Mounting evidence for a new risk factor for body image disturbance and eating pathology. *Current Directions in Psychological Science*, 10, 181-183.
- Tiggemann, M. (2012). Sociocultural perspectives on human appearance and body image. In T. Cash,

- & L. Smolak (Eds.), *Body Image* (pp.12-19).
New York: Guilford Press.
- Tiggemann, M., & McGill, B. (2004). The role of social comparison in the effect of magazine advertisements on women's mood and body dissatisfaction. *Journal of Social & Clinical Psychology, 23*(1), 23-44.
- Van den Berg, P., Paxton, S., Keery, M. W., Guo, J., & Neumark-Sztainer, D. (2007). Body dissatisfaction and body comparison with media images in males and females. *Body Image, 4*(3), 257-268.
- Vander Wal, J. S., & , M. H. (2000). Predictors of body image dissatisfaction in elementary-age school girls. *Eating Behaviors, 1*(2), 105-122.
- Wood, J. V. (1989). Theory and research concerning social comparisons of personal attributes, *Psychology Bulletin, 106*(2), 231-248.
- Yamamiya, Y., Cash, T. F., Melnyk, S. E., Posavac, H. D., & Posavac, S. S. (2005). Women's exposure to thin-and-beautiful media images: body image effects of media-ideal internalization and impact-reduction interventions. *Body Image, 2*(1), 74-80.
- Zhang, L., & Leung, J-P. (2002). Moderating effects of gender and age on the relationship between self-esteem and life satisfaction in mainland Chinese. *International Journal of Psychology, 37*(2), 83-91.